

Alkoholiteollisuuden tutkimusraha ja yhteiskuntavastuu

TUUKKA TAMMI

Julkisuudessa oli keväällä kaksi tapausta, joista toisen jäljet johtivat syytöntehtäälle ja toisen eivät. Ensimmäinen tapaus oli Turun kaupakorkeakoulussa tuotettu raportti, jonka pääviesti oli, että vapaalle kilpailulle avatut rahapelimarkkinat toimisivat tehokkaammin ja vastuullisemmin kuin monopolipohjainen järjestelmä. Tutkimuksen rahoittajasta ei suomenkielisessä raportissa ollut aluksi mainintaa. Sitten raportin nettiversioon ilmestyi teksti ”Tutkimuksen rahoittivat kansainväliset peliyhtiöt”. Rahoittajia olivat toimineet pelijätit Unibet, Betfair ja Betsson Group. Taloustieteen professori Matti Viren (Tieteessä tapahtuu 2/2013) kutsui arviossaan raporttia lähinnä peliteollisuuden markkinointioperaatioksi, jollaisten suorittaminen ei kuulu yliopistolle.

Toinen tapaus liittyi Helsingin Sanomissa huhtikuussa käytyyn keskusteluun, jossa markkinoinnin professorit Jaakko Aspara ja Henriikki Tikkanen syyttivät sosiaali- ja terveysministeriötä relevantin tutkimustiedon sivuuttamisesta, kun ministeriö oli esittänyt lisärajoituksia alkoholimainontaan. Kun sitten jotkut esittivät epäilyjä, että professorit ovat alkoholiteollisuuden asialla, he kiistivät tämän jyrkästi ja kertoivat, että kyse on vain heidän tieteellisestä kiinnostuksestaan aihepiiriin.

Vaikka jälkimmäisessä tapauksessa teollisuuskytköstä ei ollut, kansainvälisten kokemusten perusteella ei ole lainkaan outoa, että sellaista epäiltiin. ”Paheteollisuuden” eri alueista juuri yksityisen alkoholiteollisuuden panostus tutkimukseen ja kaikenkarvaiset yritykset vaikuttaa tutkimustiedon tulkintoihin ovat viime vuosina lisääntyneet nopeasti. Alkoholiteollisuus tukee sellaista tutkimusta, joka tukee sen omia pyrkimyksiä eli kyseenalaistaa tai ohittaa sellaiset tutkimukset, jotka ovat ristiriidassa teollisuuden intressien kanssa.

Alkoholiteollisuuden tutkimussponsorointi on laajaa ja systemaattista. Teollisuus tukee tutkijoita joko suoraan tai etujärjestöjensä kautta. Kansainvälisesti on kolme organisaatiota, joiden kautta tutkimusta rahoitetaan: European Foundation for Alcohol Research (ERAB), Alcohol Beverage Medical Research Foundation (ABMRF) ja IREB (Institut de Recherches Scientifiques sur les Boissons). Näistä esimerkiksi lääketieteelliseen tutkimukseen keskittyvä ABMRF oli vuonna 2007 rahoittanut 450 tutkijaa, jotka olivat tuottaneet yli 1800 sellaista julkaisua, joissa tutkija oli mainittu.

Yksityisen alkoholiteollisuuden rahoittama tutkimus kohdistuu tyypillisesti esimerkiksi juomisen positiivisiin terveysvaikutuksiin, juomista koskeviin mielipiteisiin, alkoholiongelmien genetiikkaan tai nuorten juomista ehkäisevien kampanjoiden arviointeihin. Alkoholipolitiikan kovat keinot – saatavuuden ja näkyvyyden rajoitukset sekä hinta- ja veropolitiikka – sivuutetaan. Muut keinot, kuten valistus, eivät väestötasolla ongelmia helpota. Muistutettakoon, että kansainvälisesti 3,8 prosenttia kuolemista liittyy alkoholiin, ja WHO on luokitellut alkoholin yhdeksi maailman suurimmista terveysuhista.

Teollisuus ei rahoita vain tutkimuksen tekemistä, vaan myös tutkijoiden harjoittamaa

mielipidevaikuttamista samalla tapaa kuin tupakkateollisuus aikanaan. Esimerkiksi brittiläisen alkoholiteollisuuden yhteenliittymä Portman Groupin saatua haltuunsa WHO:n tukeman alkoholipoliittisen tutkimuksen käsikirjoituksen, Portman Group tarjosi kirjoituspalkkiota tutkijoille, jos he kirjoittaisivat anonyymeja kritiikkejä kirjasta. Sveitsiläinen alkoholifirma puolestaan maksoi tutkijoille siitä, että he kirjoittavat kriittisiä vastineita vertaisarvioituihin artikkeleihin, jotka käsittelivät alkoholiverotusta ja -markkinointia.

Alkoholiteollisuus siis pyrkii aiheuttamaan hämmennystä päättäjiä keskuudessa siitä ketä uskoa: vertaisarvioitua tutkimusta vai teollisuuden maksamaa vastaväitettä. Keskustelun kieltäminen tutkimustuloksista ei tietenkään käy, sillä koko tieteen idea perustuu kriittiseen keskusteluun. Se, mitä tieteelliset lehdet voivat tehdä – ja monet ovat tehneetkin – on vaatia tutkijoita ilmoittamaan tutkimuksen maksajat ja muut sidonnaisuutensa.

Yksityiskohtaisempia tietoja kansainvälisen alkoholiteollisuuden ja tiedemaailman monimutkaisista suhteista voi lukea Thomas Baborin ja Katherine Robainan artikkelista *Public Health, Academic Medicine, and the Alcohol Industry's Corporate Social Responsibility Activities* (American Journal of Public Health 2/2013).

Yritysten yhteiskuntavastuulla (engl. *corporate social responsibility*, CSR) voidaan tarkoittaa monta asiaa: kannetaan vastuuta työntekijöiden hyvinvoinnista, lapsityövoiman käyttämättömyydestä tai yleisemmin ihmisoikeuksista, mutta myös alkutuottajien osuuksista ja ekologisesti kestävästä ratkaisusta. Joskus painotetaan yritysten vastuuta voiton tuottoon: vain voitolliset yritykset voivat tuottaa yhteistä hyvää omistajilleen ja yhteiskunnalle – tällöin yhteiskuntavastuussa onkin kyse kansallisista eduista ja arvoista. Yhteiskuntavastuun historia paikannetaan usein ympäristöongelmiin ja kestävä kehityksen ideologiaan. Toisaalta joustava käsite viittaa mihin tahansa yrityksen toimintaympäristöstään vastuuta kantavaan toimintaan. Ymmärrettiinpä yhteiskuntavastuu tavalla tai toisella, niin käsitteen kautta kaupallisuus ja yhteiskunnallisuus nivoutuvat yhteen.

Tässä YP:n numerossa kansantaloustieteilijä Teemu Haukioja kirjoittaa yhteiskuntavastuusta. Lähtökohtana on valtioneuvoston tuore periaatepäätös, jonka tavoitteena on nostaa suomalaiset yritykset ja hallinto yhteiskuntavastuun edelläkävijöiksi.

Alkoholiteollisuuden tutkimustoiminta kytkeytyy usein alan yritysten yhteiskuntavastuuohjelmiin. Teollisuudenala on sekä otollinen että hankala yhteiskunnallisen vastuunkannon alue, sillä se tuottaa, markkinoi ja myy sellaisia epätyypillisiä kulutushyödykkeitä, jotka aiheuttavat vaurioita osalle käyttäjiä.

Yritykset tapaavat esittää yhteiskuntavastuun vapaaehtoisena vastuunkantona, lisäarvona, mutta monilla aloilla siitä on tullut käytännön pakko: yrityksillä odotetaan olevan julkilausuttu yhteiskuntavastuuohjelma. Yhteiskuntavastuu tai sen puute voivat lisätä tai vähentää yrityksen markkina-arvoa. Yhteiskuntavastuuohjelmat toteuttavat niin kutsuttuja *soft law* -edellytyksiä: eri tahojen määrittämiä eettisiä koodistoja tai yleistä moraalila, joita ei virallisesti ole pakko noudattaa, mutta joita käytännössä ”tulisi” noudattaa – myös alkoholiteollisuuden.

Jos alkoholiteollisuus edelleen haluaa tukea tutkimusta, se voi kanavoida tutkimusvarat jakoon esimerkiksi kansallisten tiedeakatemioiden kautta – mutta ilman sananvaltaa tutkimuskohteiden valintaan. Tutkijat ja tutkimuslaitokset voivat puolestaan yhteiskuntavastuun nimissä pidättäytyä ottamasta suoraan vastaan rahaa alkoholiteollisuudelta tai tämän etujärjestöiltä, sillä se, mitä tiedämme alkoholiteollisuuden tähänastisesta tutkimustuesta, viittaa siihen, että varsinainen tarkoitus on estää markkinarajoituksia.